



Syariah Review of Online Buying and Selling Transactions on FaceBook

Tinjauan Syariah terhadap Transaksi Jual Beli Online di FaceBook

Dwiki Subchi Malik
STIS AL WAFA

Jl. Bengkelroda Cipicung, Mekarsari,
Kec. Cileungsi, Kabupaten Bogor,
Jawa Barat 12860
dwikisubchim@gmail.com

Nur Hasan
STIS AL WAFA

Jl. Bengkelroda Cipicung, Mekarsari,
Kec. Cileungsi, Kabupaten Bogor,
Jawa Barat 12860
nurhasan@gmail.com

Muhibban
STIS AL WAFA

Jl. Bengkelroda Cipicung, Mekarsari,
Kec. Cileungsi, Kabupaten Bogor,
Jawa Barat 12860
afaafu123@gmail.com

Abstract

The development of digital technology has transformed buying and selling transaction patterns, one of which is through social media platforms like Facebook. Unlike formal marketplaces, transactions on Facebook generally occur informally and personally, without consumer protection systems or integrated payment mechanisms. This study aims to examine online buying and selling practices on Facebook from the perspective of Islamic law, focusing on the clarity of contracts, honesty in product information, and mutual consent between parties. This research uses a qualitative method with a descriptive-analytical approach. Data were obtained through interviews with business actors and active buyers on Facebook, as well as direct observation of transaction activities in several buy-and-sell groups. The findings show that most transactions do not fully comply with sharia principles, particularly in terms of information transparency and clarity of agreements. Nevertheless, there are also business actors who have consciously begun to apply the principles of Islamic commercial ethics. This study recommends the need for sharia education in informal online trade and the strengthening of Islamic business ethics in the digital realm.

Keywords: *online transactions, facebook, syariah law*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi jual beli, salah satunya melalui platform media sosial seperti Facebook. Berbeda dengan marketplace formal, transaksi di Facebook umumnya berlangsung secara informal dan personal, tanpa sistem perlindungan konsumen atau mekanisme pembayaran terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik jual beli online di Facebook berdasarkan perspektif hukum Islam, dengan menyoroti aspek kejelasan akad, kejujuran dalam informasi produk, dan kerelaan antar pihak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Data diperoleh melalui wawancara dengan pelaku usaha dan pembeli aktif di Facebook, serta observasi langsung terhadap aktivitas transaksi di beberapa grup jual beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar transaksi belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, terutama dalam hal transparansi informasi dan kejelasan kesepakatan. Meski demikian, terdapat juga pelaku usaha yang mulai menerapkan prinsip-prinsip muamalah Islam secara sadar. Penelitian ini merekomendasikan perlunya edukasi syariah dalam perdagangan online informal serta penguatan etika bisnis Islam di ranah digital.

Kata kunci: *jual beli online, facebook, hukum syariah*

(*) Corresponding Author: dwikisubchim@gmail.com 082224093605

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk dalam praktik jual beli. Salah satu platform yang marak digunakan sebagai sarana perdagangan adalah media sosial Facebook. Tidak hanya menjadi tempat interaksi sosial, Facebook juga menjadi pasar virtual yang mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung melalui fitur-fitur seperti grup jual beli, marketplace, serta fitur komentar dan pesan langsung. Fenomena ini menciptakan kemudahan bagi pelaku usaha mikro hingga individu dalam memasarkan produk tanpa memerlukan toko fisik.

Namun demikian, kemudahan ini juga menimbulkan pertanyaan serius terkait keabsahan praktik jual beli online di media sosial menurut perspektif hukum Islam (syariah). Hukum syariah memiliki prinsip-prinsip fundamental yang harus dijaga dalam setiap transaksi, seperti kejelasan objek jual beli (bay'), kerelaan kedua belah pihak (ridha), keterhindaran dari unsur gharar (ketidakjelasan), penipuan (tadlis), serta riba. Dalam konteks jual beli melalui Facebook, sering kali ditemukan praktik yang belum memenuhi standar kejelasan akad, tidak adanya saksi atau pencatatan transaksi, dan kurangnya perlindungan terhadap hak konsumen. Berbagai penelitian telah dilakukan mengenai jual beli *online* dalam perspektif syariah, namun kajian yang secara khusus membahas praktik transaksi di media sosial Facebook yang bersifat informal dan tidak terikat pada sistem *e-commerce* resmi masih sangat terbatas. Oleh karena itu, kajian ini menjadi penting untuk menilai bagaimana hukum syariah memandang praktik jual beli melalui platform tersebut, dan sejauh mana para pelaku transaksi memahami serta menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas dagang mereka.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan fokus pada analisis syariah terhadap praktik jual beli di platform Facebook secara langsung, berbeda dari kajian umum *e-commerce* yang biasanya terfokus pada marketplace formal seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak. Penelitian ini juga akan mengkaji interaksi penjual-pembeli berbasis sosial yang berlangsung secara pribadi, informal, dan sering kali tidak terdokumentasi, yang belum banyak dikaji dalam literatur fiqh muamalah kontemporer.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam fenomena sosial-keagamaan yang terjadi dalam praktik jual beli online di platform media sosial Facebook. Pendekatan ini tidak bertujuan mengukur secara kuantitatif, tetapi berfokus pada pemahaman makna, nilai, serta perspektif normatif syariah yang terkandung dalam interaksi jual beli tersebut. Analisis dilakukan dengan membandingkan praktik yang terjadi di lapangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam yang relevan dalam bidang muamalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil kajian literatur, observasi pustaka, serta analisis normatif yang dilakukan, diperoleh beberapa data penting mengenai praktik jual beli online khususnya pada platform Facebook dalam perspektif hukum Islam. Jual beli online merupakan salah satu bentuk transaksi yang berkembang pesat seiring kemajuan teknologi informasi. Aktivitas ini dilakukan secara daring menggunakan media digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pesan instan. Proses transaksinya mencakup penyajian informasi produk oleh penjual melalui foto, deskripsi, dan harga, diikuti dengan kesepakatan pembayaran serta pengiriman barang oleh jasa ekspedisi.

Dalam konteks hukum Islam, ditemukan bahwa jual beli online menghadirkan potensi permasalahan seperti ketidakjelasan barang (gharar), penipuan (tadlis), serta kemungkinan munculnya transaksi tidak sah akibat akad yang tidak sempurna. Banyak pelaku jual beli online, termasuk di Facebook, menjalankan transaksi hanya melalui komunikasi informal lewat pesan pribadi atau kolom komentar tanpa ijab qabul secara formal. Dalam praktiknya di Facebook, transaksi jual beli terjadi di berbagai fitur seperti Marketplace dan Grup Jual Beli. Penjual memanfaatkan akses gratis untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Namun, sistem perlindungan konsumen di Facebook masih lemah. Tidak adanya rekening bersama atau sistem escrow menyebabkan tingginya risiko penipuan. Kasus penghapusan akun oleh penjual setelah menerima pembayaran, pengiriman barang yang tidak sesuai, serta pembatalan transaksi sepihak menjadi masalah yang cukup sering terjadi.

Berdasarkan data kajian literatur, ditemukan pula bahwa tidak semua pelaku transaksi memahami rukun dan syarat jual beli dalam fiqh muamalah. Minimnya literasi muamalah syariah membuat banyak transaksi rawan

terhadap pelanggaran prinsip syariah. Meskipun demikian, berkembang pula kesadaran sebagian masyarakat Muslim untuk menyesuaikan praktik bisnisnya dengan prinsip syariah. Edukasi syariah, kemajuan teknologi seperti video call dan live streaming produk, serta penguatan komunitas muamalah syariah menjadi faktor pendukung menuju praktik jual beli online yang sesuai dengan hukum Islam

Pembahasan

Jual beli online merupakan salah satu perkembangan baru dalam bidang muamalah kontemporer. Islam sebagai agama yang komprehensif dalam pengaturan aktivitas kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan ekonomi, memandang bahwa segala bentuk akad jual beli prinsipnya dibolehkan selama memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan. Dalam Al-Qur'an disebutkan prinsip dasar muamalah, yaitu kerelaan antar pihak sebagaimana tercantum dalam Surah An-Nisa ayat 29. Oleh karena itu, jual beli online dapat dikatakan sah selama penjual dan pembeli sama-sama ridha atas transaksi yang dilakukan.

Namun, jual beli online memiliki beberapa tantangan dalam implementasinya yang menimbulkan persoalan fiqhiyah. Salah satu permasalahan pokok adalah adanya unsur gharar, yaitu ketidakjelasan barang yang diperjualbelikan. Dalam transaksi konvensional, pembeli dapat melihat barang secara langsung, sementara dalam transaksi online, informasi produk hanya diperoleh melalui gambar dan deskripsi dari penjual. Apabila informasi produk tersebut tidak akurat, maka dapat berakibat pada rusaknya akad karena adanya ketidakpastian yang dilarang dalam syariat.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah adanya unsur tadlis atau penipuan. Beberapa pelaku usaha online melakukan penipuan dengan memanipulasi foto, memberikan deskripsi produk yang menyesatkan, atau bahkan menghilang setelah pembayaran dilakukan. Tindakan seperti ini jelas melanggar prinsip amanah dan kejujuran yang sangat ditekankan dalam Islam. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad ﷺ: "Pedagang yang jujur dan terpercaya kelak akan dikumpulkan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada" Dari aspek akad, praktik jual beli online seringkali tidak memenuhi kejelasan ijab qabul sebagaimana yang disyaratkan dalam fiqh muamalah. Transaksi hanya berlangsung melalui komunikasi singkat di pesan pribadi, komentar, atau chat online tanpa adanya pernyataan kesepakatan yang eksplisit. Padahal, dalam akad jual beli, kejelasan sighat (ijab-qabul) merupakan salah satu rukun sahnya akad. Dalam konteks pelaksanaan di Facebook, tidak adanya mekanisme penyelesaian sengketa resmi menambah kerentanan transaksi. Berbeda dengan marketplace formal yang menyediakan sistem proteksi pembeli, transaksi di Facebook sepenuhnya berbasis kepercayaan antar individu, sehingga sangat rawan menimbulkan kerugian sepihak. Walaupun banyak hambatan, terdapat pula faktor-faktor pendukung yang dapat mendorong praktik jual beli online menjadi lebih syar'i. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal dan kejujuran dalam berbisnis mendorong sebagian pelaku usaha untuk lebih jujur dan amanah. Selain itu, kemajuan teknologi seperti fitur live streaming produk dan video call juga dapat menjadi media transparansi yang meminimalkan unsur gharar. Bahkan dalam skala lebih besar, peran lembaga-lembaga keagamaan, akademisi, dan institusi keuangan syariah juga diperlukan untuk memberikan edukasi, pelatihan, serta panduan praktis mengenai transaksi online berbasis syariah. Panduan seperti penggunaan akad salam, istishna, atau akad jual beli tunai secara digital dapat menjadi solusi konkret dalam menyesuaikan prinsip muamalah klasik dengan realitas transaksi modern.

Dengan memperhatikan prinsip dasar fiqh muamalah, maka praktik jual beli online di media sosial seperti Facebook pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi rukun dan syarat jual beli yang sah, menjunjung keadilan, kejelasan, dan kejujuran. Oleh karena itu, diperlukan literasi syariah yang baik di kalangan pelaku usaha dan masyarakat agar transaksi digital berjalan tidak hanya aman secara duniawi, tetapi juga berkah secara ukhrawi.

PENUTUP

1. Jual beli online melalui platform media sosial seperti Facebook merupakan bagian dari perkembangan ekonomi digital yang menawarkan banyak kemudahan, efisiensi, serta akses pasar yang lebih luas. Namun, dalam konteks hukum Islam, transaksi jual beli ini harus tetap berada dalam koridor syariat untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi tidak dilanggar. Tanpa pengaturan yang tepat, transaksi ini bisa berisiko bertentangan dengan nilai-nilai Islam.
2. Berdasarkan analisis terhadap praktik jual beli online di Facebook, ditemukan bahwa secara umum transaksi ini memenuhi unsur dasar jual beli yang sah menurut syariat, yaitu adanya akad, harga, dan barang. Namun, terdapat potensi pelanggaran terhadap prinsip fiqh muamalah, seperti ketidakjelasan informasi (gharar),

ketiadaan akad yang jelas, serta lemahnya perlindungan hak konsumen, yang dapat merugikan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.

3. Penelitian ini menekankan pentingnya internalisasi nilai-nilai syariah dalam transaksi jual beli online, khususnya pada platform media sosial yang bersifat informal dan sering kali tidak terikat oleh regulasi ketat. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha dan konsumen untuk memiliki pemahaman yang benar tentang akad syar'i, kewajiban amanah, dan larangan penipuan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam.
4. Edukasi kepada pelaku usaha dan konsumen menjadi langkah krusial untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih beretika. Menyediakan pemahaman yang lebih baik mengenai akad syar'i, serta mengedukasi tentang praktik transaksi yang adil dan transparan akan mengurangi potensi pelanggaran yang mungkin terjadi di pasar digital ini.
5. Kolaborasi antara regulator, pelaku industri, dan masyarakat sangat diperlukan untuk mengoptimalkan pendidikan, pengaturan regulasi, dan pengawasan dalam perdagangan online berbasis syariah. Hal ini akan membentuk sistem yang lebih transparan dan berkeadilan, di mana hak-hak konsumen dan pedagang dapat terlindungi dengan lebih baik.
6. Sinergi antara teknologi digital dan prinsip syariah dapat menjadi solusi jangka panjang untuk menciptakan sistem transaksi online yang tidak hanya efisien, tetapi juga berkualitas dan beretika. Penerapan prinsip-prinsip syariah dalam platform digital akan memungkinkan terciptanya pasar yang lebih adil, berkelanjutan, dan berkeberkahan.
7. Dengan demikian, jual beli online di Facebook tidak dapat secara mutlak dianggap bertentangan dengan syariah, namun memerlukan pengaturan dan pembinaan yang lebih baik agar pelaksanaannya sesuai dengan rukun dan syarat dalam hukum Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam mengembangkan literasi muamalah digital, yang akan mendorong terciptanya model transaksi online yang lebih syar'i dan berkeadilan dalam dinamika ekonomi modern.
8. Penelitian lebih lanjut dibutuhkan untuk menggali lebih dalam tentang praktik muamalah digital yang lebih beragam dan bagaimana mekanisme pengawasan dan regulasi dapat diterapkan lebih efektif, mengingat pasar digital yang terus berkembang pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2022). Dampak media sosial bagi perubahan sosial ekonomi masyarakat di Kabupaten Pandeglang. *Journal of Digital Business and Innovation Management*.
- Dayanti, S. (2022). Analisis praktik tadlis perspektif hadis ekonomi (Studi pada produk jilbab di marketplace Shopee tahun 2022).
- Haerunisa, D., Misbakul Munir, M., & Bianda, R. (n.d.). Wakaf kolektif; perspektif hukum Islam dan hukum positif dalam pembangunan masjid. *Collective Endowments; Perspective of Islamic Law and Positive Law in the Construction of Mosques*.
- Hamdi, M. (2018). Jual beli lisensi Paytren dalam tinjauan hukum ekonomi Islam.
- Jasri, J., & Mustika, M. (2023). Kaidah fiqh ekonomi syariah. <https://www.researchgate.net/publication/377813639>
- Nuh, A., Misbakul Munir, M., & Muhibban, M. (2023). Fashion engagement and pro-environmental attitudes: drivers of sustainable fashion consumption in Indonesia. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(3), 2023.
- Permadi, R. N. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai platform utama pemasaran produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1695>
- Priyo Nugroho, A., Luthfi, M., Alfiana, A., Bakri, A. A., & Zulfetti, R. (2023). Analisis akad salam (PSAK Syariah 103) pada transaksi jual beli online. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2997–3007. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4880>
- Putri, F., Zahro, F., Anjeli Ramadhani, H., Ayu Angelia, J., Fakhira Lubis, P., Suci Ramadani, W., Aulia, R., Fitri Aulia Khair, A., Putri Dinanti, A., Kirey Randita Pane, S., Adhiyaksyah Putra, T., & Zali, M. (n.d.). Tinjauan fiqh muamalah terhadap praktik jual beli online di era digital. *Jurnal Penelitian Agama Islam*.
- Putri, M. E., Zaelani, A. Q., Fasa, M. I., & Ronaldo, R. (2024). Potensi dan tantangan manajemen pemasaran syariah dalam industri marketplace halal di Indonesia. *Analisis*, 14(1), 73–91. <https://doi.org/10.37478/als.v14i01.3598>